

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK,
PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK,
DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NILAI
PELANGGAN YAMAHA MIO DI SURABAYA**

TESIS



Oleh :

Samuel Budiarto

8112413043

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK,
PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK,
DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NILAI
PELANGGAN YAMAHA MIO DI SURABAYA**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
gelar Magister Manajemen**



Oleh :

Samuel Budiarto

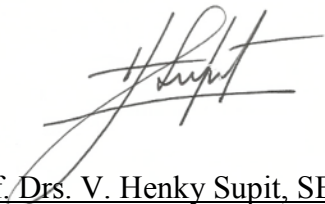
8112413043

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis berjudul ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NILAI PELANGGAN YAMAHA MIO DI SURABAYA yang ditulis dan diajukan oleh Samuel Budiarto (8112413043) telah disetujui untuk diuji.

Surabaya, 19 Februari 2016



Prof. Drs. V. Henky Supit, SE, Ak.
Pembimbing Tesis

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis berjudul ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NILAI PELANGGAN YAMAHA MIO DI SURABAYA yang ditulis dan diajukan oleh Samuel Budiarto (8112413043) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada tanggal 1 bulan 3 tahun 2016

Tim Penguji

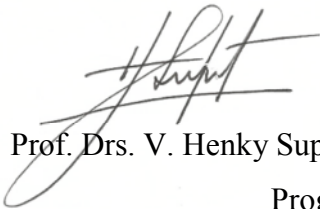
Ketua



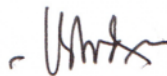
Dr. Christina.Esti Susanti, MM. CPM(AP)

Sekretaris

Anggota



Prof. Drs. V. Henky Supit



Dr. Margaretha Ardhari, M.Si

Program Pasca Sarjana

Direktur



Prof. Arita Lie, Ed.D

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapapun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 01 Maret 2016



Samuel Budiarto, SE.

(8112413043)

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya :

Nama : Samuel Budiarto, SE.

NRP : 8112413043

Menyetujui tesis/karya ilmiah saya :

Judul : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Yamaha Mio Di Surabaya

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet/media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 01 Maret 2016

Yang Menyatakan,



Samuel Budiarto, SE.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena hanya oleh segala campur tanganNya saja, maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Tesis ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Selama penyusunan tesis ini penulis telah menerima banyak masukan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Anita Lie, Ed. D selaku Direktur Pasca Sarjana Unika Widya Mandala
2. Dr. Fenika Wulani, M.Si selaku Kaprodi Pasca Sarjana Unika Widya Mandala yang selalu memberikan semangat agar penulis segera menyelesaikan tesis ini
3. Prof. Drs. V. Henky Supit, SE, Ak selaku pembimbing, yang telah dengan sabar meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan petunjuk
4. Dr. Christina. Esti Susanti , MM. CPM (AP) dan Dr. Margaretha Ardhanari ,SE ,M,Si selaku penguji yang telah meluangkan waktu dan pikiran
5. Segenap Dosen Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membagikan ilmunya bagi penulis
6. Segenap Staff Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala atas segala bantuannya
7. Mama tercinta yang mendukung dalam doa dan segalanya untuk keberhasilan ini.
8. Keluarga di Surabaya atas doa dan dukungannya. *Luv u all...*
9. Rekan seperjuangan penulis : Renny Hapsari Widyoko, Arlene Tedjadiputra, Meiling Marga Restu, Njoo Setiawan Nugroho, Oktavianus Andy H., dan Antonius

David. Terima kasih telah membuat waktu kuliah menjadi terasa begitu singkat dan menyenangkan. *Be common sense and fearless always..Will miss you all..*

10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap agar tesis ini dapat berguna bagi pembaca.

Surabaya, 01 Maret 2016

Samuel Budiarto

ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP NILAI PELANGGAN YAMAHA MIO DI SURABAYA

Samuel Budiarto

ABSTRAK

Penelitian yang dilatar belakangi oleh semakin kompetitifnya persaingan dalam industri sepeda motor di Indonesia ini bertujuan untuk menentukan pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan juga loyalitas merek terhadap nilai pelanggan sepeda motor Yamaha Mio di Surabaya. Merek sangatlah penting bagi konsumen karena dapat membantu mempermudah konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan. Merek memberikan identitas tersendiri bagi suatu produk sehingga konsumen bisa membedakan produk tersebut dari produk lain yang sejenis. Yamaha Mio saat ini tengah menjadi trend dalam industri sepeda motor dikarenakan merek Yamaha Mio yang cukup dikenal oleh pasar nasional dan memiliki *value* yang tinggi bagi perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan selama periode pengamatan melalui analisis regresi berganda menunjukkan bahwa nilai pelanggan Yamaha Mio di Surabaya terbukti secara signifikan dipengaruhi secara positif oleh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek akan tetapi tidak terbukti dipengaruhi oleh asosiasi merek.

Kata kunci: Loyalitas Merek, Asosiasi Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Nilai Pelanggan.

ANALYSIS OF EFFECT OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, BRAND ASSOCIATION, AND BRAND LOYALTY ON CUSTOMER VALUE OF YAMAHA MIO IN SURABAYA

Samuel Budiarto

ABSTRACT

This research that motivated by increasingly competitive competition in the motorcycle industry in Indonesia is aimed to determine the effect of brand awareness, perceived quality, brand association and brand loyalty of the customer value Yamaha Mio motorcycle in Surabaya. Brand is very important for consumers because it can help facilitate consumers in making decisions. Brand provides a unique identity for a product so that consumers can distinguish the product from other similar products. Yamaha Mio is currently a trend in the motorcycle industry because it is well known in the national market and have a high value for the company.

Results of research conducted during the period of observation through multiple regression analysis showed that the customer value of Yamaha Mio in Surabaya proved to be significantly positively influenced by brand awareness, perceived quality, and brand loyalty but not shown to be affected by the brand association.

Keywords: *Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, Perceived Quality, Customer Value.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Merek	13
2.2.2 Ekuitas Merek	13
2.2.2.1 Kesadaran Merek.....	14
2.2.2.2 Persepsi Kualitas	15
2.2.2.3 Asosiasi Merek.....	16
2.2.2.4 Loyalitas Merek.....	16
2.2.3 Nilai Pelanggan	18
2.2.4 Hubungan Antar Variabel	20
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Data dan Sumber Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Realibilitas.....	32

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.6.4 Uji Normalitas	33
3.6.5 Uji Linieritas	33
3.6.6 Uji Multikolinearitas	33
3.6.7 Uji Heteroskedastisitas	34
3.6.8 Pengujian Hipotesis.....	34
3.6.8.1 Hasil Uji F-statistik	35
3.6.8.2 Hasil Uji T-statistik	35
3.6.9 Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PENGUJIAN DATA.....	37
4.1 Profil Responden	37
4.2 Hasil Uji Validitas	42
4.3 Hasil Uji Realibilitas	44
4.4 Analisis Regresi Berganda	44
4.4.1 Uji T	46
4.4.2 Uji F.....	48
4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.5 Hasil Uji Normalitas.....	50
4.6 Hasil Uji Linieritas	51
4.7 Hasil Uji Multikolinerietas.....	54
4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.9 Pembahasan	57

4.9.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Nilai	
Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya	57
4.9.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Nilai	
Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya	59
4.9.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Nilai	
Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya	61
4.9.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Nilai	
Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya	62
4.9.5 Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Yamaha Mio di Surabaya	64
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Statistik Produksi, Penjualan Dan Ekspor.....	5
Tabel 1.2	Data Persaingan Dari Berbagai Merek Sepeda Motor Nasional	6
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.2	Usia Responden.....	38
Tabel 4.3	Status Reponden.....	39
Tabel 4.4	Pendidikan terakhir Responden.....	39
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.6	Pendapatan Reponden	41
Tabel 4.7	Penyebab pembelian Responden.....	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Berganda.....	46
Tabel 4.11	Hasil Uji F	49
Tabel 4.12	Nilai Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Linieritas Kesadaran Merek.....	52
Tabel 4.15	Hasil Uji Linieritas persepsi Kualitas	52
Tabel 4.16	Hasil Uji Linieritas Asosiasi Merek	53
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas Loyalitas Merek.....	54
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinerietas.....	55

Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dengan Nilai Pelanggan.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	73
Lampiran 2. Data Profil Responden	80
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner	85
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	89
Lampiran 5. Hasil Uji Reabilitas	92
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi	93
Lampiran 7. Hasil Uji Linieritas	95
Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas	100
Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	102